

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Pembelian *Xiaomi Redmi Note Smartphone* di Outlet *Xiaomi Surabaya*.
2. Persepsi Nilai berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Pembelian *Xiaomi Redmi Note Smartphone* di Outlet *Xiaomi Surabaya*.
3. Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Pembelian *Xiaomi Redmi Note Smartphone* di Outlet *Xiaomi Surabaya*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu :

1. Terbatasnya waktu dan tempat dalam melakukan penelitian sehingga responden harus dibantu dalam membaca dan mengisikan kuesioner.
2. Terdapat beberapa responden tidak konsisten pada jawabannya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka terdapat beberapa saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya seperti :

- A. Saran bagi perusahaan

Terdapat tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel Persepsi Harga, Persepsi Nilai, dan Kualitas Layanan. Oleh karena itu saran untuk perusahaan mengenai variabel Persepsi Harga, Persepsi Nilai, dan Kualitas Layanan adalah sebagai berikut :

a. Persepsi Harga

Saran terkait variabel Persepsi Harga sebagai variabel yang berpengaruh secara signifikan harus disikapi oleh *Xiaomi Smartphone* dengan memberikan potongan harga kepada beberapa tipe khususnya tipe Redmi Note, misalnya dengan menggunakan minimal pembelanjaan untuk mendapatkan potongan harga.

b. Persepsi Nilai

Saran terkait variabel Persepsi Nilai sebagai variabel yang berpengaruh secara signifikan harus disikapi oleh *Xiaomi Smartphone* dengan mengembangkan produk *Xiaomi Redmi Note Smartphone* agar bisa diterima di semua kalangan masyarakat.

c. Kualitas Layanan

Saran terkait variabel Kualitas Layanan sebagai Variabel yang berpengaruh secara signifikan harus dikembangkan oleh *Xiaomi Smartphone* ialah Outlet *Xiaomi* memberikan fasilitas yang memadai, misalnya memberikan minuman secara gratis, atau hadiah untuk minimal pembelanjaan beberapa tipe.

B. Saran bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menyertakan variabel lain, karena variabel yang saya teliti valid dan signifikan. Oleh karena itu perlu ditambahkan variabel lain agar penelitian selanjutnya menjadi lebih menarik.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar Prabu. Mangkunegara, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Banjarnahor, Jonathan. 2017. Anteseden Customer Satisfaction dan Dampaknya Pada Purchase Intention. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 10(1), 142 – 144.
- Eryadi, Heru T., dan Yuliana, Eka. 2016. The Influence Of Perceived Value And Social Influence To Purchase Intention Smartphone 4G Customer Of Bandung Electronic Center. *Journal E-Proceeding Of Management*, 3(1), 87 – 88.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, edisi delapan*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Muharam, Wifky., dan Soliha, Euis. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Journal Of Unisbank*, 3(3), 756 – 757.
- Poluakan, Wanda Syutriska., Tewel, Bernhard., dan Tawas, Hendra. 2017. Analysis That Influenced Rate Perception, Product, Promotion, And Location To Buying Consumer's Decision Of Yamaha Vixion Motorcycle. *Journal Of EMBA*, (5)2, 2315.
- Setyarko, Yugi. 2016. Analisis Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. 47(2), 135.
- Sekaran, U., & Bouie, R. (2016). *research methode for business*.
- Soltani, Morteza., Estidani, Mohammad Rahim., Jandaghi, Gholamreza., dan Soltaninejad, Nima. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Pada Citra Merek Pribadi dan Niat Pembelian di toko – toko Rantai ETKA. *Journal of World Scientific News*. 47(2), 207.
- Solimun, Adji A. R. Fernandes, Nurjannah. 2017. *Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. UB Press: Malang.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suarjana, I Kadek., dan Suprpti, Ni Wayan Sri. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(4), 1938.

Wiryantari, A.A Isti Chintya., dan Sukawati, Tjok Gde Raka. 2016. Peran Persepsi Nilai Dalam Memediasi Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Pada Niat Beli Produk Kosmetik Wardah. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(11), 7106.

<http://mix.co.id/marcomm/brand-insight/research/top-5-smartphone-di-indonesia-pada-q1-2018>

